

毎年この季節になると真新しいスーツに身を包んだ新入社員姿を見かける。社会人となる喜びも苦勞もこれから学ぶことになる。

新入社員研修といえば、ビジネスマナーを思い浮かべることが多いが、コンプライアンス教育の必要性について注目してほしい。

コンプライアンスとは「法令順守」を意味するが、モラルや一般常識も含まれ、範囲は広い。対象となる分野も、企業経営という大きなものから商品やサービスの品質や表示、消費者との契約という身近なものまでさまざまある。ビジネスマナー違反に比べて、コンプライアンス違反は企業に与えるダメージが大きい。企業不祥

消費者法務コンサルタント

赤松 靖生

若者に必要法令順守の教育

事が相次いで報道されているように、企業の存続に関わるものも少なくない。企業不祥事を未然に防止するために、新入社員の段階から、いち早くコンプライアンス教育を徹底することが重要である。しかし、社会人になったばかりの若者に対して、コンプライアンスを理解してもらうことは、言葉自体を知らないこともあるなど難しい側面もある。消費者との契約という分野において、「消費者教育」と「コンプライアンス教育」を融合させた研修を実施している。成果をあげているので、参考にしてほしい。

見る 思う



あかまつ・やすなり 1966年大阪府生まれ。神戸大学大学院修士。元神戸市職員。事業者向け消費者法務が専門。一般社団法人はりまコーピング協会代表理事。兵庫大学エクステンション・カレッジ講師。明石市在住。

単純ではあるが、商品やサービスを購入する「消費者の立場」から「商品やサービスを販売する事業者の立場」へと、全く反対の立場に変わるといって考え方が基本となる。消費者と事業者の間には情報力や交渉力の格差があり、法律的にも責任の度合いが大きく異なることを具体的に知ることが、身近な問題として理解が進む。「消

費者教育」では、契約の仕組み▽契約トラブルへの対応方法▽未成年者契約の取り消し▽クーリングオフ制度▽悪質商法などを具体的な事例とともに紹介する。いつ自分自身がトラブルに巻き込まれてもおかしくないことを実感してもらい、自立した消費者として能力の向上を目指す。契約の重要性を理解した次のステップとして、消費者と向き合う事業者の立場に変わる。事業者として契約のルールを理解していき、その取り消しや損害賠償請

求、行政処分など、企業の売り上げや信用に影響を与える事態にも発展しかねない。このように、単なる消費者教育にとどまらず、事業者という反対の立場にまで踏み込むことで、コンプライアンスを自分自身のこととして理解することが可能。社会生活のルールを規定している民法では20歳になると契約責任が生じる。契約の知識が少ない若者は、悪質商法のターゲットになりやすい。消費者の被害を救済する法律や消費生活センターの支援があることを知ってほしい。また、企業研修の一つとして、人材育成のための消費者教育の積極的な活用を期待している。

日曜オピニオン